

## INFORME EJECUTIVO DEL PLAN ESTRATEGICO PARA DESARROLLAR EL TALENTO HUMANO VINCULADO Y RELACIONADO CON EL CLUSTER DE INDUSTRIAS CREATIVAS Y DE CONTENIDOS.

Presentado a:



Julio de 2016



● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence

## 1. Objetivo General

Elaborar un plan estratégico con su respectivo plan de acción a cinco años (distribuido anualmente) compuesto de proyectos prioritarios y sus actividades para desarrollar el talento humano vinculado y relacionado con los subsectores de agencias de publicidad, agencias de medios, medios de comunicación, productoras cinematográficas, productoras de televisión, productoras de comerciales, post productoras audiovisuales, animación digital (2D y 3D) y video juegos del clúster de Industrias Creativas y de Contenidos.

## 1. Objetivo Específico

- Diagnosticar y caracterizar la situación actual del talento humano de los subsectores definidos en el objetivo de la contratación.
- Formular el Plan Estratégico a cinco años con sus objetivos estratégicos y metas debidamente cuantificables y medibles, para dar lineamiento a la definición e identificación de proyectos y actividades.
- Formular el Plan de Acción a cinco años (distribuido anualmente) con la priorización de proyectos y sus actividades que respondan al cumplimiento de los objetivos estratégicos mencionados anteriormente.
- Diseñar un Plan de Evaluación y Seguimiento que permita conocer el avance de los proyectos y actividades, la medición de impacto de los indicadores de cada uno de ellos y demás actividades relevantes que faciliten la gestión del Plan de Acción para el cumplimiento de los objetivos estratégicos trazados.

# FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN



147

ENCUESTADOS

34 ENTREVISTAS EN  
PROFUNDIDAD

7 FOCUS GROUP

7 TALLERES DE  
VALIDACIÓN



TARGET



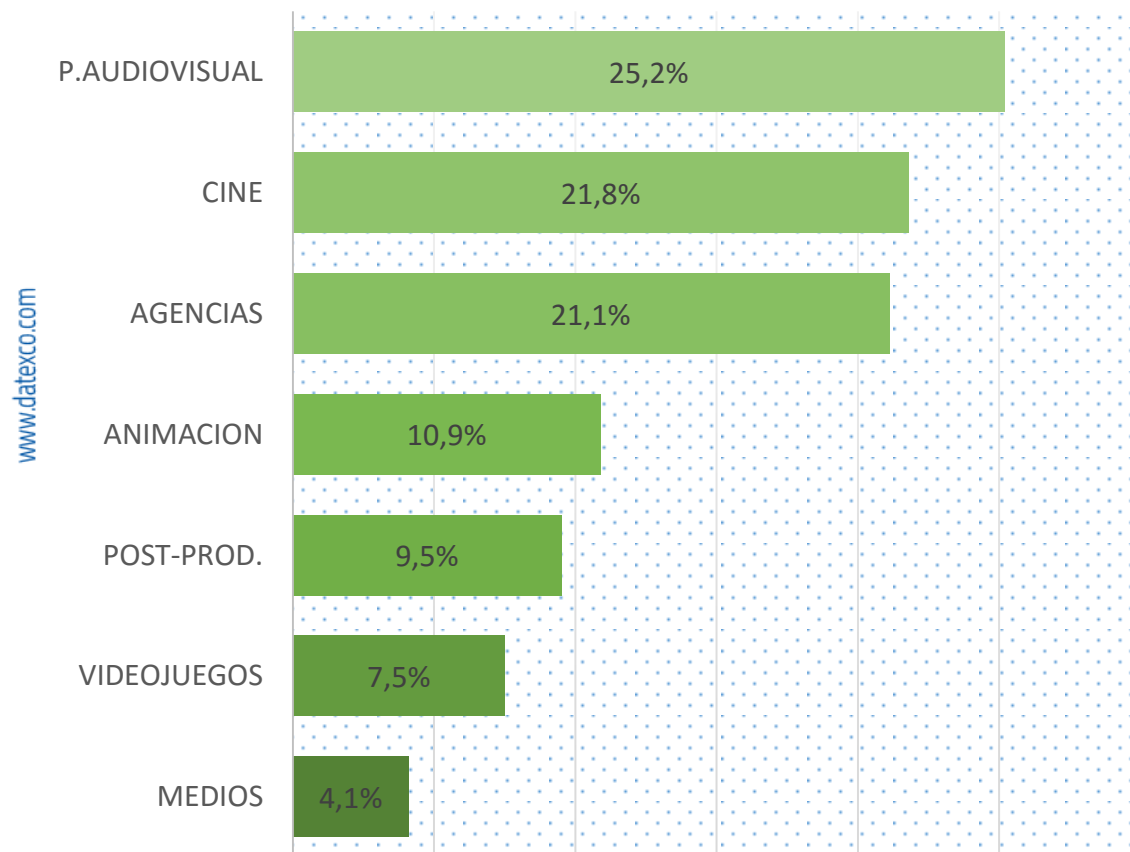
EMPRESAS  
DE LA  
INDUSTRIA  
CREATIVA

**CUBRIMIENTO  
GEOGRÁFICO**



# FICHA TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN

## DISTRIBUCIÓN POR SECTOR



Sector	Cantidad	Pequeña	Mediana	Grande
Producción audiovisual	37	24	8	5
Cine	32	20	10	2
Agencias de publicidad y agencias de medios	31	8	11	12
Animación Digital	16	9	6	1
Post Productoras	14	5	8	1
Videojuegos	11	4	7	-
Medios de comunicación (Solo radio)	6	-	1	5

**El tamaño de las empresas se determina por el número de empleados. Pequeña (11-50), Mediana (51-200), Grande (Mas de 200)**

\* Los resultados que se presentan son agrupados de los 7 subsectores; existen resultados discriminados por cada subsector.

● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence

COLOMBIA

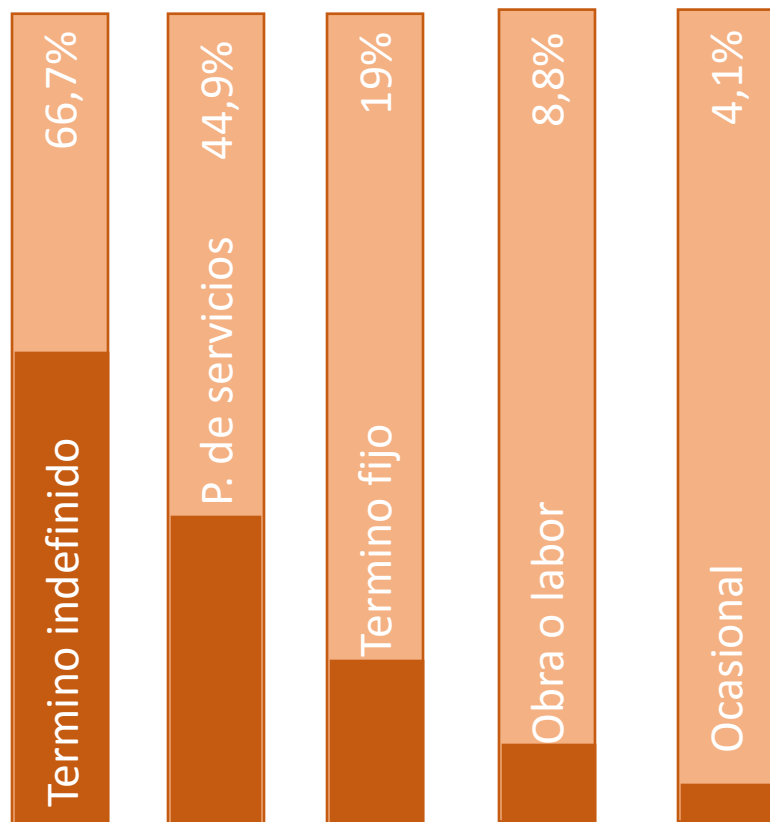
PANAMÁ

USA

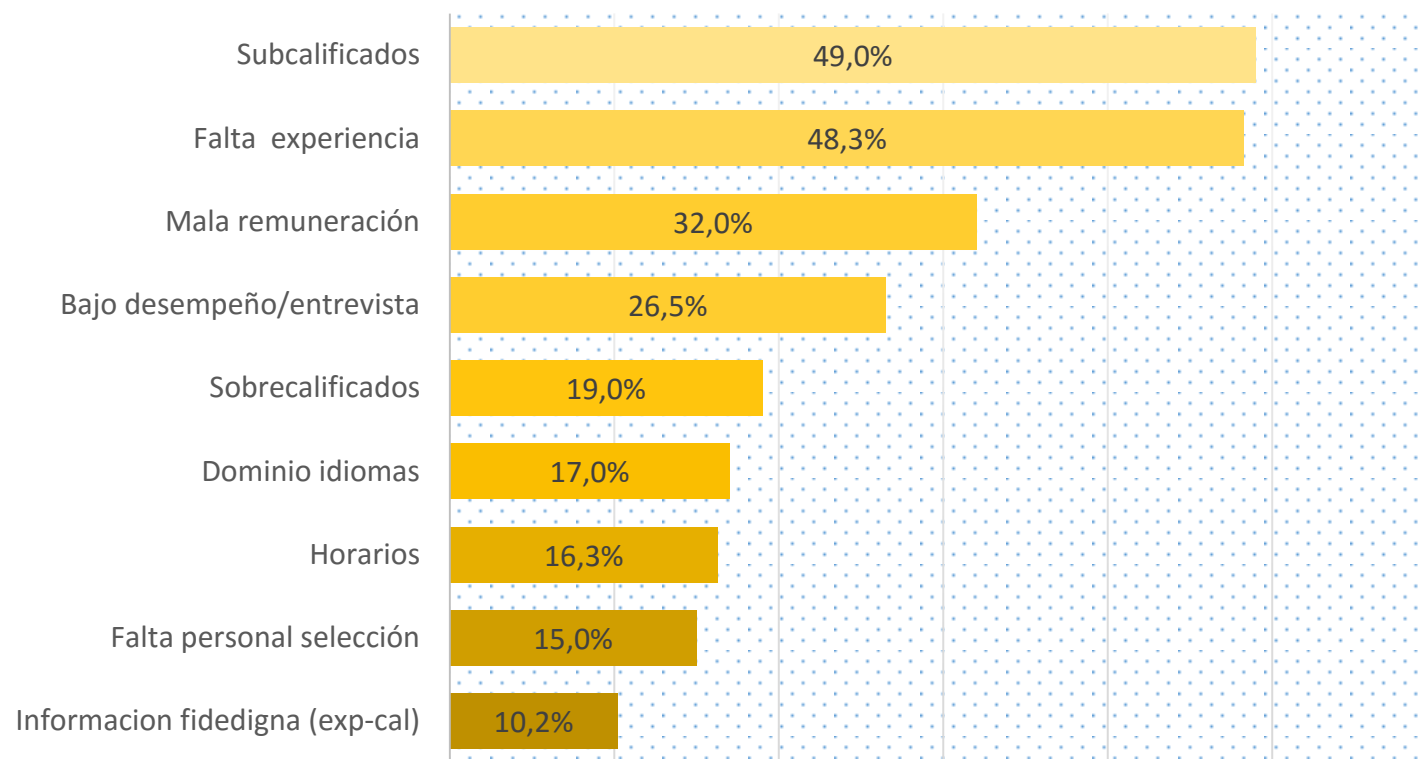
Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

## TIPO DE VINCULACIÓN

www.datexco.com



Por otro lado, para las empresas los principales inconvenientes a la hora de seleccionar personal se resumen en **9** categorías.



● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence

5

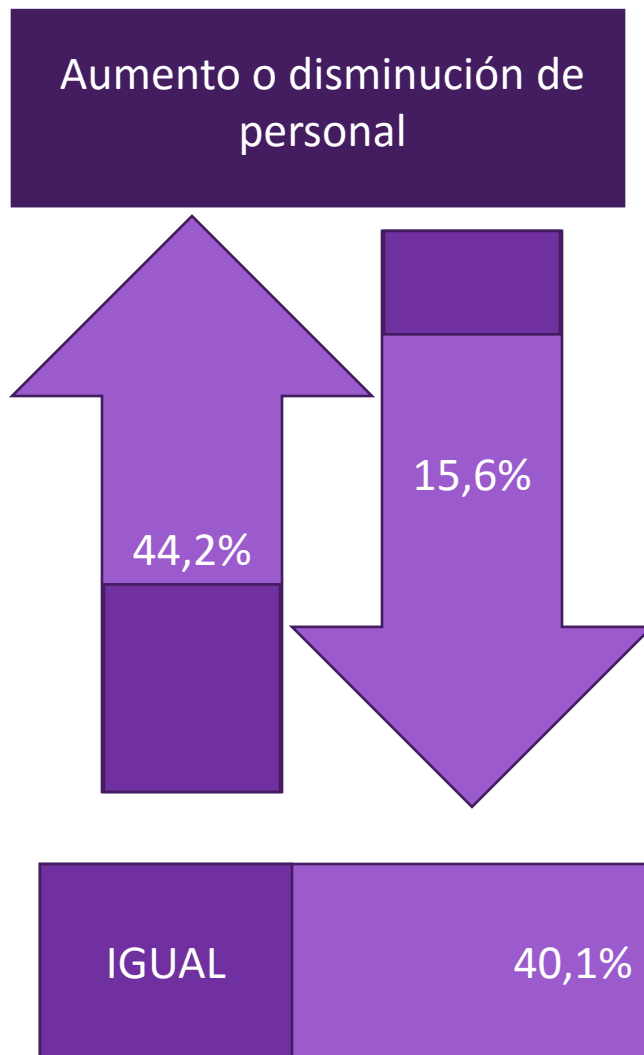
COLOMBIA

PANAMÁ

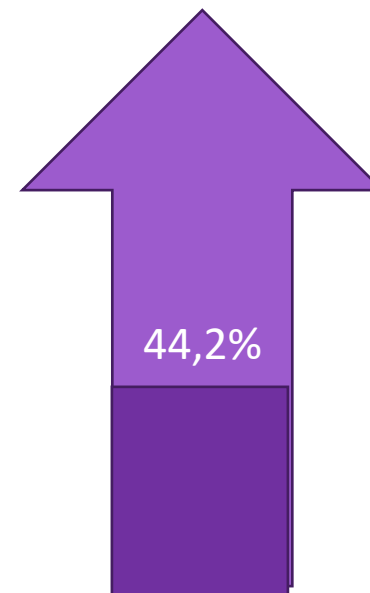
USA

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

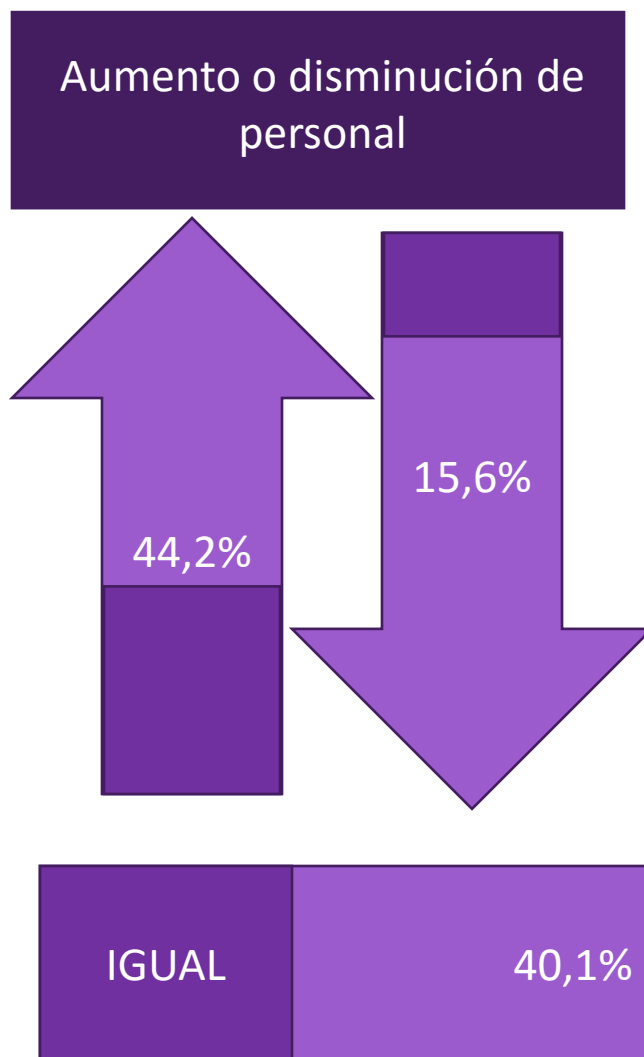


De acuerdo a las empresas, existen **7 P** principales razones por las cuales hubo aumento en la cantidad de personal.

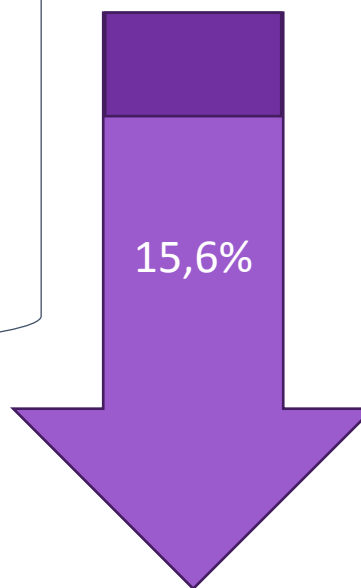


Razón	%
Aumento de : Trabajo/ Proyectos/ Ventas	64,6%
Crecimiento de la compañía	16,90%
Distribución de trabajo/ Reestructuración	10,80%
Reducción de Trabajo/ Proyectos/	4,60%
Las personas salen mas baratas/ Compensación salarial	3,10%
Cambios en el mercado	3,10%
Crecimiento Profesional de cada uno	1,50%

# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

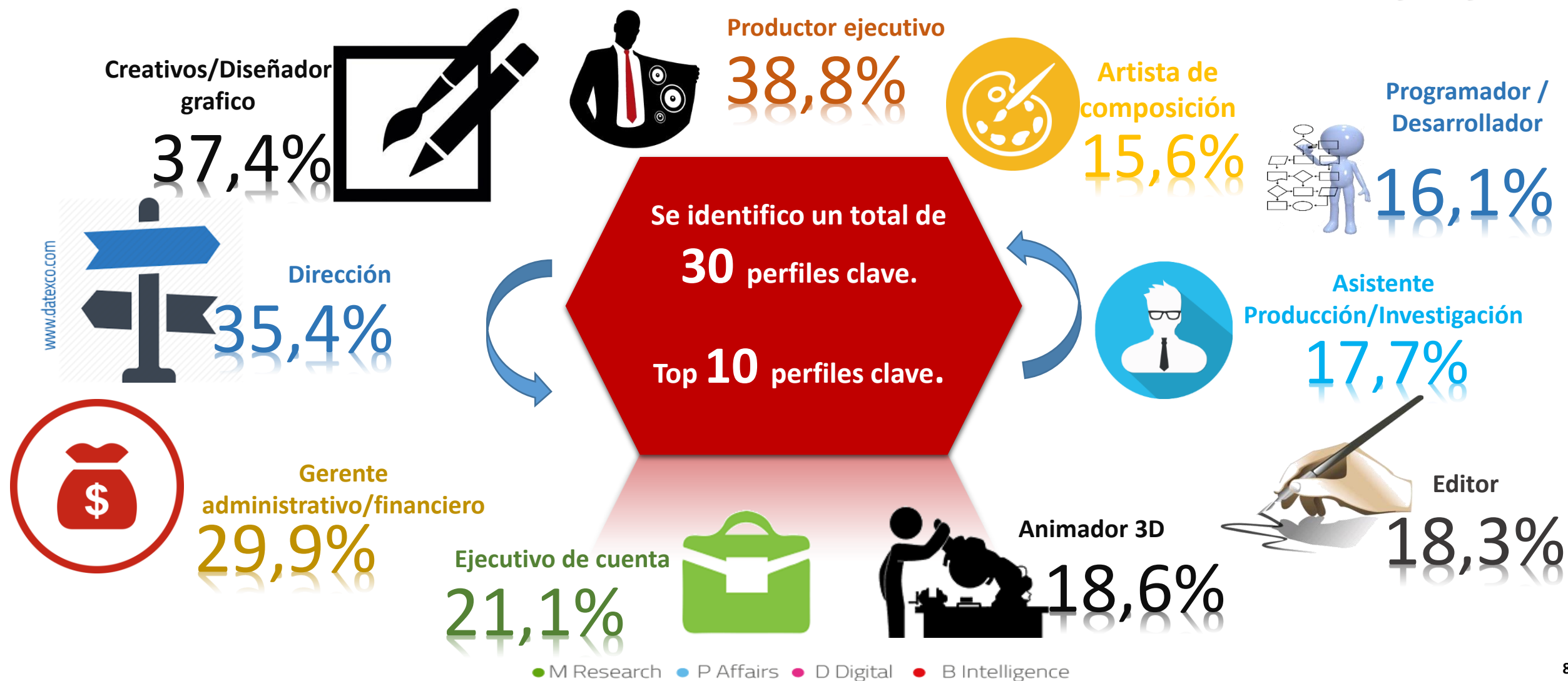


De acuerdo a las empresas, existen **6 P** principales razones por las cuales hubo disminución en la cantidad de personal.



Razón	%
Reducción de Trabajo/ Proyectos/	43,5%
Aumento de : Trabajo/ Proyectos/ Ventas	13,0%
Cambios en el mercado	13,0%
Distribución de trabajo/ Reestructuración	8,7%
Aumento de impuestos	4,3%
Decisiones personales de los empleados	4,3%

# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA





# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

## PRODUCCION AUDIOVISUAL.

Top 4 perfiles clave.

Productor ejecutivo

62,2%



Dirección

40,5%

Asistente

Producción/Investigación

24,3%



Ejecutivo de cuenta

21,1%



Productor ejecutivo

53,1%



Dirección

40,6%



Gerente

administrativo/financiero

37,5%



Asistente

Producción/Investigación

24,3%



CINE . Top 4 perfiles

clave.

# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

## POST-PRODUCTORAS. Top 4 perfiles clave.

Productor ejecutivo

53,1%



Creativos/Diseñador  
grafico

52,1%



Editor

18,3%



Gerente  
administrativo/financiero

45,2%

## ANIMACIÓN DIGITAL. Top 4 perfiles clave.

Creativos/Diseñador  
grafico

63,5%



Animador 3D

56,3%



Dirección

35,3%



Productor ejecutivo

25%



# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Top 4 perfiles clave.



Periodista

66,7%

Locutor

33,3%



Sonidista

33,3%



Productor ejecutivo

33,3%



## VIDEOJUEGOS . Top 4

perfiles clave.



Artista de  
composición

63,6%

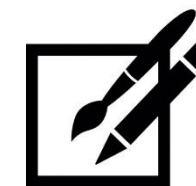


Programador /  
Desarrollador

63,6%

Creativos/Diseñador  
grafico

54,5%



Gerente

administrativo/financiero

27,3%



● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence

COLOMBIA

PANAMÁ

USA

Documento confidencial para uso exclusivo del destinatario

## AGENCIAS DE PUBLICIDAD Y MEDIOS . Top 4 perfiles

Creativos/Diseñador

grafico

58,1%



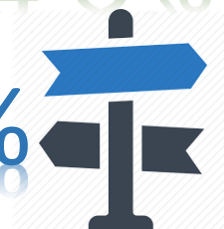
Ejecutivo de cuenta



54,8%

Dirección

48,4%



Gerente

administrativo/financiero

45,2%



● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence

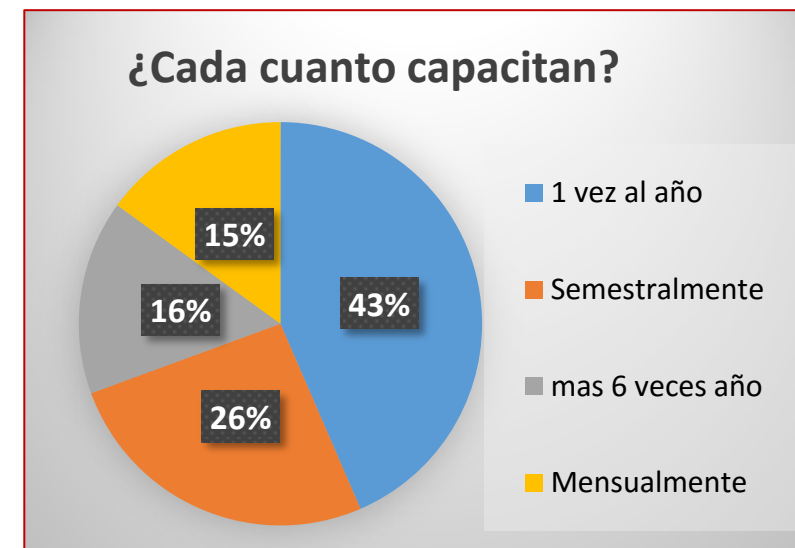
# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

Se identifican **83** oportunidades de desarrollo del personal. el Top **10** es presentado en **3** categorías...

OPORTUNIDADES DE DESARROLLO	
<u>Conocimientos</u>	<u>%</u>
Desarrollo de contenido	12%
Producción nacional e internacional	11,5 %
Idiomas ingles/portugués	8,8%
Expansión internacional	7,9%
Innovación tecnológica y digital	6,1 %
Crecimiento empresarial	5,4 %
Conocimientos digitales	4,8%
Formación educativa	4,1%

<u>Competencias</u>	<u>%</u>
Trabajo en equipo	6,1%

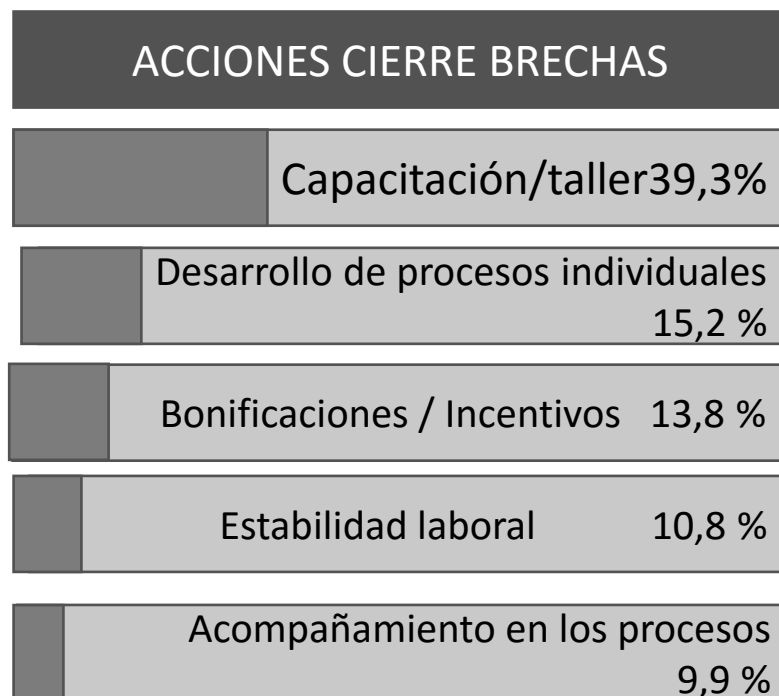
<u>Habilidades blandas</u>	<u>%</u>
Adquirir experiencia	7,5%



# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

Se identificaron **45** acciones con las que las empresas desarrollan brechas.

Se priorizó el top **5** de estas



**\*Capacitación / Taller:** Realizar capacitaciones en las empresas.

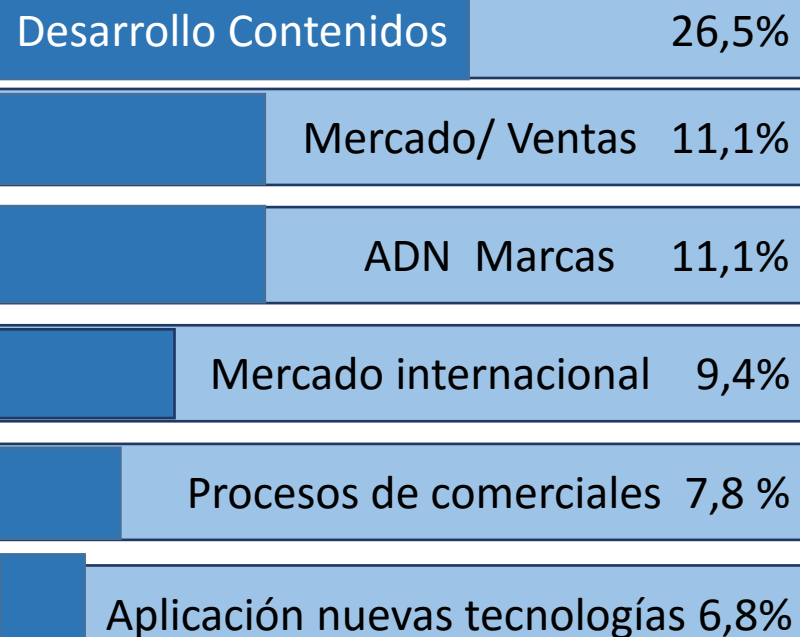
**\*Desarrollo de procesos individuales:** Permitir el desarrollo de proyectos del colaborador.

**\*Acompañamiento:** Es el apoyo por parte del personas con mas experiencia en el entendimiento de las actividades y procesos desarrollados;

# CARACTERIZACIÓN DE LA INDUSTRIA CREATIVA

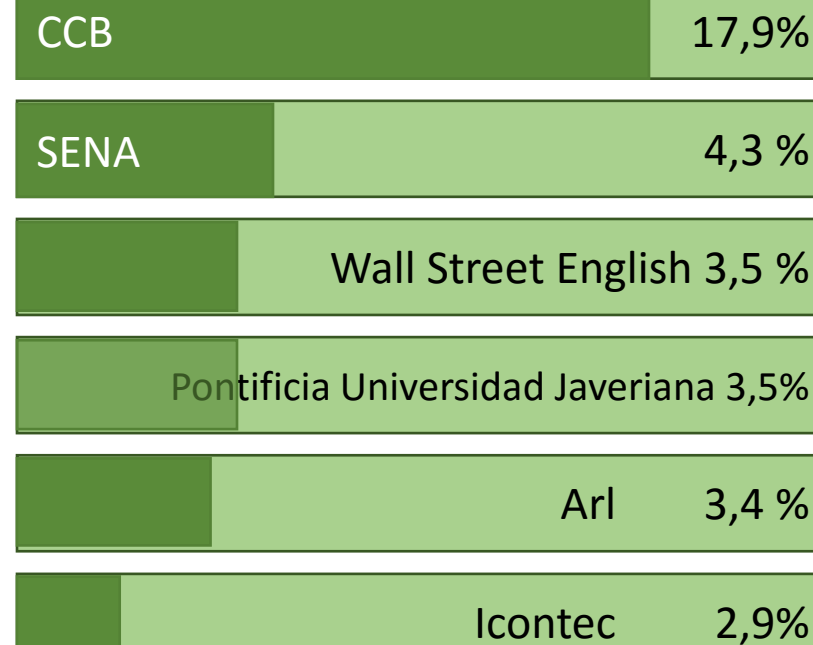
De **92** temas de capacitación descritos por las empresas, se priorizó el Top **6**.

## TEMAS DE CAPACITACIÓN



Las empresas mencionaron **119** entidades con las cuales desarrollan las capacitaciones. Se priorizo el top **6** de las entidades.

## ENTIDADES CAPACITADORAS



● M Research ● P Affairs ● D Digital ● B Intelligence



Falta de comunicación al desarrollo competitivo del talento humano formal y organizada entre las empresas y gremios relacionados con cada sub-sector.



La formación académica actual no es pertinente a las necesidades de formación integral requeridas en los diferentes sub-sectores de la industria creativa.



Falta de competencias relacionadas con la gestión de los proyectos, más allá de las competencias creativas.



No existen mecanismos de atracción del talento humano en los sub-sectores que permitan reclutar personal freelance y de planta estables y de calidad



No existen mecanismos de formación del talento humano en ética profesional y valores corporativos

## BRECHAS DE TALENTO HUMANO EN LAS INDUSTRIAS CREATIVAS





No es solamente un proyecto, son personas.  
No es solamente información, es conocimiento.  
No es solamente un cliente, es un compromiso.

¡No es solamente desempeño, es método, experiencia y profesionalismo!

